

■财富故事 | Fortune Story |

百万年薪 证券经纪人担忧股市“冬天”

证券时报记者 陈楚

对于国内证券公司来说,经纪业务是盈利最大的一块业务。如果入行早,或者选股能力不错,客户资金量大的话,百万年薪对于证券经纪人来说也许并不是一个遥远的梦。毕业才两年多的小姚,入行不久就实现了这个“伟大的梦想”。但“打江山容易保江山难”,如何维持这个百万年薪的水平,身处目前的震荡市,小姚遇到了空前的压力。

小姚本科毕业于一所很一般的财经院校,但自上大学起,受爱炒股的妈妈影响,小姚拿出了几千元钱投入了股市小试牛刀。在大学四年中,当同学把大部分课外时间用在谈恋爱、看电影、老乡聚会、喝酒聊天等活动中时,小姚则专心研究股票,转战期货、外汇等不同领域,积累了大量的证券投资理论和实践经验,并有了自己独特的投资理念。毕业后,当大部分同学挤破脑袋抢夺公务员等“铁饭碗”时,小姚毫不犹豫地南下深圳,选择了一家证券公司营业部,从客户经理做起。

刚入行时,小姚底薪只有2000多元,而且是2008年,股指“飞流直下三千尺”,拉一个客户真的是比登天还难,

不仅如此,营业部大量存量客户转走了账号,或者干脆不交易,不少营业部被迫大量裁员。小姚因为有半年的试用期,而且是新人,性格比较活泼,在裁员浪潮中有幸被“保存”了下来。那个时候,小姚住在深圳最大的城中村,除去一个月1100元的房租和伙食费,基本上每个月都是“寅吃卯粮”、人不敷出。很多同事信心大失,有些人实在煎熬不过干脆转行了事。小姚却独自咬紧牙关坚持了下来,最差的时候,他向同学借了2000元,过完了2008年证券市场空前的寒冬。

机会总是留给有准备的人,这话说得一点都不假。2009年,受国家4万亿经济刺激计划的提振,沪深股市走出了单边上扬的小牛市。小姚一些原有的老客户陆续回来了,在经过认真研究后,小姚向客户推荐了几只不错的股票,几个月下来,客户赚到钱了,小姚的名声也立马大起来,在客户中形成了一定的口碑。客户的资金量慢慢由几百万上升到1000多万,到2009年底的时候,小姚的客户资金量就突破了亿元大关,这一年里,年仅25岁的小姚不仅月薪达到了4万、5万,甚至一度接近10万,

而且在年终还被单位评为“十大优秀客户经理”之一,收获了一个5万元的额外大礼包。

2010年,沪深股市不复2009年的小牛市,上证综指全年还出现了下跌,但市场结构性的机会仍然层出不穷,小姚所在营业部的研究实力不错,结合营业部的推荐以及自己的研究,小姚在2010年主要给客户推荐了两只股票,一只江苏一家新能源上市公司,另外一家属于资产重组类的上市公司。这两只股票,去年涨幅均超过60%。去年10月份的时候,小姚还给客户推荐了一只煤炭股和贵州的一只地产股,抓住了那波蓝筹股行情,收益均非常可观。在去年上半年,小姚就已经是营业部的“明星人物”了,不仅在公司里备受领导器重,加薪升职,由原来一个普通的客户经理升任带领一个理财团队,而且在客户中,小姚也积累了众多“粉丝”。这个时候,小姚的收入已经攀升至每个月都在10万以上,个别月份甚至税前收入超过20万元,毕业仅仅两年多,小姚就不但在深圳这个竞争激烈的地方站稳了脚跟,而且俨然跨入“金领”行列,比公募基金里的基金经理收入还要高,可谓羡煞同行,也遭到部分同学的“羡慕嫉妒恨”。小姚的坐

骑,已经由丰田换成了宝马。

不过,在进入2010年四季度后,尤其是今年以来,沪深股市震荡不定,近期甚至还创新低,覆巢之下,岂有完卵!环顾A股市场,中小盘股的成长故事很多都讲到了头,估值泡沫明显,近期跌幅巨大,而大盘蓝筹股又找不到上升的“扳机因素”,甚至还陪同中小盘股一起下跌。小姚所在营业部推荐的股票大多“失灵”,而小姚自己研究的股票也跌跌不休,来自客户的压力陡然增大,一些“骨灰级”的老客户都直言要转走账户。去年最后一个月,小姚的月薪近半年多来首次跌破10万元大关,而面对今年以来的行情,客户的资金量进一步缩水,市场交易量大幅降低,小姚担心的不是“10万元月薪”能否保得住的问题,而是“是不是要跌破5万元大关了”?小姚说,尽管宏观经济形势不错,但货币政策明显收紧,市场信心也遭到重挫,2011年的股市难做,已成为众多投资者的共识。

而更要紧的是,小姚即使是“月薪跌破了5万元大关”,他仍然属于高收入阶层,而对于那么多刚入行的证券经纪新人来说,也许他们首先面对的,是股市的“寒冬”,只是不知道,在这场“寒冬”中,每一个人能熬多久?

■淘楼淘金 | Gold Rush |

买房是一种态度

证券时报记者 陈英

深圳哪个片区的楼盘还算是价值洼地?你经常跑楼盘,给我推荐推荐,今年怎么着我都要买个房子。”熊野很认真地跟我说。其实熊野现在住得并不拘谨,在单位附近租了套三房两厅,老婆在家办公,开了个淘宝小店,周边交通发达,订货、发货极其便利;女儿送到附近的双语幼儿园,随时接送。屋内现代化的装修,屋外完善的小区环境,一家人感觉很满意,和房东续约的时候一次续签5年。显然,近几年,熊野一家人不会考虑乔迁他处,可他依旧希望尽快买套房子。

央视焦点访谈最近都在宣扬一个话题:租房也能过幸福的生活。看得我都心凉了,还指望房价能跌,现在政府都劝人租房,可见高房价,政府都无力解决。房子还是早点买吧,越往后恐怕越买不起了。至于租房这个观点,我不反对。事实上,单从居住这个功能上来看,租房还是买房都一样,只要生活便利,住得开心,管他房子是谁的。我现在住在租的房子里不是很舒服么?前几年都不会挪窝了。”熊野告诉记者,以前他租的房子离单位远,上班单程开车都要30分钟,尽管这个距离在大多数上班族看来并不太远,可是熊野还是觉得不方便。每天上下班的高峰期,各个路

段都交通拥挤,遇到交通事故堵塞,堵得人心烦意乱的。特别是上班辛苦了一天,好不容易开车挤到家,天都黑了,人累得只想靠在沙发上发呆,哪里还有精神做饭洗碗,更别说晚上陪女儿讲故事了。每天的日子就在这么赶来的节奏中度过,哪里谈得上享受生活?有时候想想,赚钱都不知道为了什么。自从搬到单位附近居住,生活发生了大变化。首先平时不用开车了,走10分钟的路就到了办公室,这样,上下班的路上成为了享受,步行锻炼了身体不说,不缓不急地看看街上的风景也丰富了视觉,兴致好的时候,转弯去趟菜市场还能顺利带点好吃的回家。突然间觉得原来生活可以这样不忙碌。其次,有了更多的时间陪家人。下班回到家,陪老婆一起做饭,有说有笑。吃完饭,时间尚早,一家人散散步,晚上回来陪女儿讲故事,一切都那么从容。这在以前是不能想象的。此外,住在单位附近也提高了工作效率。常常在家有了灵感,为了不打扰家人休息,自己步行回办公室写文案,因为有了更多时间考虑工作,熊野的业绩也有了明显地提升,工资有了大幅提高。

既然租房这么舒服,那你为啥急着买房子?”我问。熊野说:“租房能



够解决住的问题,但解决不了精神的安全感,买房其实就是一种态度。有一套自己的房子,就有了踏实感,那是心里最踏实的港湾。如果这个港湾只是暂时的,再舒服也如同空中楼阁。所以,买房,在一定程度上,解决的是心理问题,让自己踏实,让家人安定。”如今住的问题是解决了,为了寻找心里的避风港,在调控政策下,一年里,熊野和老婆一直四处看房,房子远近不重要,只要是在自己的经济实力范围内,物美价廉就行。我们主要是看二手房,以我们现在的实力,又买房又装修的,压力太大。买个装修好的二手房,我们也不会入住,直接出租。现在住在单位附近非常方便,所以近几年我们

应该不会搬家的。就想尽快买个房子,既给家人有个交代,也让自己有个心安,不用担心通货膨胀,不用担心房价继续暴涨,涨到遥不可及,老了连个住的地方都没有。等我们有了房,那时候住在出租屋里也住得从容。”熊野的观念有些固执,有些无奈,也有些超前。

在熊野这种“只要生活轻松,住谁的房子都一样”的观点下,单位里有两位同事也很快搬到单位附近租房住。其中,一位同事甚至把自己偏远的房子出租给别人,全家搬到市中心的单位附近,解决了两人的上班交通问题,也解决了孩子的名校问题。住了大半年,连同事都直夸熊野的观念先进实用,买不买房子真成了一种态度。

■寻宝 | Treasure Hunt |

网络购玉的杯具与洗具 (上)

孔伟

写了几十期和和田玉收藏文章,逐渐有了相对固定的读者,他们中的一部分通过各种方式与作者取得联系并进行了交流:有请求“诊断”的,有来电报喜的,然而更多则是诉苦,说自己花了不菲的代价买到了性价比很低的东西,甚至干脆就是假货。综合来看,这些玉友淘玉的问题主要出在网购上,因为不少爱玉者既没有太多的时间逛市场,也没有扎实的玉石玉器知识识别实物,于是便求助于自己熟悉的网络,以期凭着店主的“钻石信用”在网店中买到货真价实的東西。然而,网购似乎“杯具”往往多于“洗具”,尤其是在人心不古的今天……

镜头一: 399元的白玉手镯

一位网友来电,很高兴地告诉我,她以399元的价格在网上买了一只和田白玉手镯:“很白很白啊!卖家说,和田玉硬度大,用刀子划不动,我划了,真的划不动呢!可我仍然有一点疑虑:不是说和田玉的价格很高很高吗,尤其是白玉,为什么我能够这么便宜买到呢?难道真的捡到漏了?”

明眼人一看这价格就知道上当了。很白、硬度大到刀刻不动的并不只有和田玉,晶白玉、水石、白玛瑙等石英岩玉的硬度甚至比和田玉还高,刀子刻划肯定无损;外观也不仅白,而且比好多和田白玉的白度还好,加上抛高光,看上去也很亮,很容易迷惑人。实际上,类似的东西脆性很大,容易磕坏不说,由于石英岩玉全世界产量巨大,几无保值增值潜力,一只晶白玉手镯二三十元即可买到。而即使是青海料镯子(属于人们所说的“广义和田玉”,即按新国标,鉴定机构也会出具和田玉证书),倘达到如此成色,价格一般都在数千元了,更遑论真正的和田料子。遇到此类东西,最好的防范方法就是回避。实在想“捡漏”,不妨让卖家出一张鉴定证书,卖家必然找出很多理由推辞;或者与卖家约定,东西不对必须退货,然后告诉他货到马上送检,鉴定结果出来后是和田玉或者软玉再付款。一般情况下,该类卖家极可能就此不再搭理你。

镜头二: 墨玉籽料如此便宜

一位玉友告诉我,他以388元买到

一颗墨玉籽料平安扣:“卖家说是用钻石粉千次抛光,成色达到‘黑羊脂’级,是万里挑一的珍品。收到货我用手电筒打光看了看,是绿中带黄的颜色,有没有问题呢?”

——当然有问题。所谓墨玉,系和田玉在形成过程中渗入石墨,并且大面积呈现黑色的一种软玉,尤以黑度、润度高者价昂。由于大多数墨玉系白玉或青白玉底,手电筒打光大多数应该是白色的才对。即使是业内所称的墨碧玉,由于其自身仍然是碧玉,进光应该是绿色的,或者有黑点、内含物等“佐证”。如果进光是绿中带有明显的黄色,且无黑点或内含物,则是所谓黑青玉,属于青玉,和田玉中档次较低的一类。而所谓“润度高”,不如说“亮度高”更准确些,也就是高抛光的结果。至于“黑羊脂”则纯属卖家杜撰——羊脂玉是和田白玉中白度、润度、净度的登峰造极者,有“白如截肪”之说,白度乃是放在第一位的。既如此,又何来“黑羊脂”一说?

镜头三: 形形色色羊脂玉

网友发来两张图片,一张是一块白玉牌子,白度很好,润度稍欠,上部带点糖

色;另一张是鉴定证书,上书“白玉-羊脂白玉”。令他不解的不是东西真假,而是价格问题:“不是说羊脂玉难得一见吗,为什么这家老板店里那么多羊脂玉,并且还都有鉴定证书?”

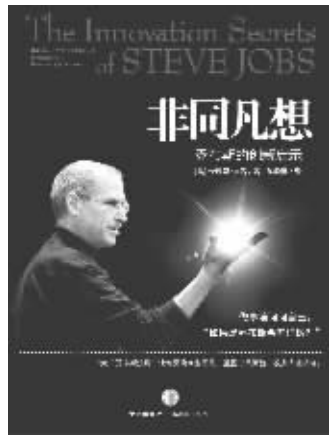
——白度很好,带糖,有明显的糖白分界线……这是典型的俄罗斯糖白玉的特征。一些鉴定机构为迎合客户,只要白度、净度不错的软玉玉件,就会毫不犹豫地出具羊脂玉证书,以至于在真正的羊脂玉犹如凤毛麟角的情况下,“羊脂玉”的鉴定证书却满天花飞。根据新国标,只要是软玉均可出具和田玉鉴定证书,这已经让不少和田玉知识不多的消费者饱受其苦,即使是行家也头疼不已,因为是否和田料,是否和田籽料,价格相差可能高达成千上万倍!现在又冒出这么多“羊脂玉”来,简直让人穷于应付。我曾问过许多玩玉十年以上的玩家,均称没有见过真正意义上的羊脂玉,但“证书羊脂玉”就见得太多了。

真正的羊脂玉是什么样?没见过还真不敢说。不过,书上说“白如截肪”,甚至更明白地说像“羊尾巴油”,与这证书上的“羊脂玉”相差何止孙猴子的一个筋斗?

财经BOOK

怎样学习乔布斯?

360公司董事长 周鸿祎



《非同凡想》
[美]卡迈恩·加洛著
中信出版社

我读过能找到的几乎所有乔布斯传记,比我更熟悉苹果历史的中国人恐怕也不多。最开始我觉得他是个桀骜不驯、富有创造力的创业者,后来佩服他能东山再起。乔布斯从1975年出道到今天,干了35年,但最近这三年仿佛是把35年的功力一掌击出:他用一款iPhone甩掉了诺基亚,再回过身来用iPad对微软和英特尔发起猛烈冲击,之前用iPod超越了索尼。如果孤立地看这几个产品,或许你会觉得也没什么,但乔布斯就好像真的进入了“飞花摘叶,即可伤人”的境界。现在我觉得乔布斯很伟大,跟他的这些创新相比,我们做事的格调都还不够理想。

学乔布斯比较容易陷入两个误区。第一,把乔布斯神化。其实,乔布斯也是一个有七情六欲、缺点很明显的人,比如他对员工比较粗暴。乔布斯就是个有血有肉的人,不是一个神,在这个前提下才能去研究乔布斯。第二,只顾作事后分析,而不见完整的过程。不看来龙去脉,只是孤立地看待成功的结果,会让你得出很多奇怪的结论。现在有一些公司认为苹果不过如此,不去研究它的DNA,只抄它的产品,这肯定是错的。

本书将乔布斯不为人知的非凡之处呈现给大家,角度新颖,归纳精简,而且普通人是可以学习乔布斯的,他们用乔布斯的创新方法改变了商业图景、改变了社区面貌、改变了人生轨迹。

但我还是想提一句,学习创新必须始终保持清醒的头脑。除了读书之外,还得多看、多学。而且,学习乔布斯的目的是得明确:不是要成为第二个乔布斯,而是要学习他的思维模式。

举例来说,我是学计算机出身的,工作可以说是互联网产品经理,所以我更喜欢去理解乔布斯做产品的时候是怎么想的。

我猜他做iPod的时候也没想到日后的iPhone和iPad,第1版iPod出来时,比尔·盖茨肯定在偷笑,说这兄弟昏了头了,做了一个在中国已经烂大街,随便几十块钱可以买一个的MP3播放器。

但乔布斯的可贵之处在于非常尊重用户的需求,而且容易受到外界的启发,比如当时已经有了Napster这样的音乐分享模式,年轻人非常欢迎这种产品。大公司懒得想出更好的方法满足互联网时代年轻人对音乐的需求,那些做MP3播放器的小公司可能感觉到了这个需求,但又没有能力把事情做好。正是这样一个中间地带,给了乔布斯一个机会。

乔布斯基于iPod作了很多探索。你看,他先把iPod从黑白屏幕变成很小的彩色屏幕,一开始只能看照片,然后这个屏幕再扩大,能看视频。

这个时候再加一个通话模块是不难想到的。等有了iPhone,把屏幕再放大变成iPad,也是顺理成章的。乔布斯的战略都不是大跨步的战略,而是一步一步的,每一步都是在不断地捕捉当前的用户需求和市场状况,然后再往前走一步。

iPod卖了一亿部之后再推iPhone,你不感觉水到渠成吗?可如果没有这些每一步的积累,没有用户的基础,如果第一步出来就是iPad,会怎么样?

这就是微创新,是苹果公司首席执行官乔布斯发明的,他说过,“微小的进步可以改变世界”。

这本书讲了创新的七大法则,都很实用。书中许多有关乔布斯的故事,不断挑战读者的思维,引领你在以下方面思考自己的人生:职业生涯、愿景、思想、消费者、设计、体验、故事。

但就跟练武功一样,师傅只是教你口诀,练得练不成,还得靠自己的实践,在做的过程中去悟。创新也不是大家想的那种,一个人特别牛,构思出一切。我认为,创新就是一种思维方式,是在实践过程中感悟出来的,是与其他人交流出来的。创新应该像我们玩游戏似的,走到某一步的时候突然出现一些新的线索。

经验的积累非常重要。我举个例子,今天很多人说Foursquare,都在琢磨如何效仿。但是,你知道它的诞生经历吗?他的创始人很早以前就在做城市信息搜索,不太成功,后来又做基于定位的酒吧交友,也不太成功。到最后,他把城市信息搜索加上定位交友,加上一些游戏娱乐,变成了Foursquare。这就好像做火药,你把硫磺加木炭不行,把木炭加硝酸也不行,但把这三样东西按一定比例掺在一起,就变成一个大大炸弹了。变成炸弹之后,大家就会说,只要你同时研究硫磺、硝酸和木炭,你就能做炸弹了,但这是不行的,没有东西是这么研究出来的。

总的来说,人在年轻的时候做事不能太功利,你如果踏踏实实把每一件事做好,即使当时没收获,它也在你的DNA里埋下了成功的种子,未来很多东西会被串在一起,发挥作用。